DAFTAR PUSTAKA

Afsheen Khan dan Samreen Lodhi. Influence of Celebrity Endorsement on Consumer Purchase Decision : A Case Of Karachi. Imperial Journal of Interdisciplinary (IJIR). Vol 2. Issue 1. 2016. ISSN : 2454-1362.

Anastania Shafira dan Augusty Tae Ferdinand. Analisis Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan Keinovatifan Produk Terhadap Keputusan Pembelian, Serta Citra Merek Dan Nilai Utilitarian Sebagai Variabel Intervening. Diponegoro Journal of Management. Volume 6. Nomor 3. 2017. ISSN : 2337-3792.

Anggraini Ni Putu Nita. Pengaruh Celebrity Endorser Raditya Dika Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedap Cup**.** Jurnal Ilmu Manajemen (JUIMA). Volume. 5 No. 1, Maret 2015. ISSN : 2337-9804.

Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti, Metode Penelitian Kuantitatif, Untuk Administrasi Publik, dan Masalah-masalah Sosial, 2007, Gaya Media Jogyakarta.

Fatchur Rosi dan Andjarwati, A. L. (2013). Analisis Perbandingan Pengaruh Endorser Terhadap Sikap Pada Merek Shampo Sunsilk Dan Shampo Pantene. Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Negeri Surabaya, 1(1), 329 – 341.

Gujarati. 2005. SPSS Versi 16 Mengolah Data Statistik Secara Profesional. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

O.E. Hays. 1969. The effects of the degree of slope on runoff and soil erosion. Jurnal Agr. Res vol 45, Hlm: 349.

Husein Umar, 2003, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, Ghalia Indonesia, Jakarta.

Husein, Umar. 2011. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi II. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Ikrima Sabri. Pengaruh Daya Tarik Kredibilitas Dan Keahlian Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Volume 4. Nomor 12. Desember 2015.

Imam Ghozali. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

Indriyani Ni Wayan, I Wayan Suwendra, Ni Nyoman Yulianthini. Pengaruh Kredibilitas, Daya Tarik, Keahlian Bintang Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio-Gt. E-journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha. Jurusan Manajemen. Volume 3. Tahun 2015.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2010. Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia.Jilid 1 dan 2.Jakarta : Erlangga.

Kotler, P. and Keller, K. L. (2012). *Marketing management* 14th edition. New Jarsey: Pearson education, Inc.

Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2012. Prinsip-prinsip pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*t, 15th Edition, Pearson Education,Inc.

M. Naresh Babu dan Dr. K. Lavanya Latha. The Impact of Celebrity Endorsement on Purchasing Decision on Telecom Users-A Case of Engineering Students. Global Journal of Advanced Research. Vol 1. Issue 2 ISSN : 2394-5788.

Mashuri. 2008. Metode Analisis Verifikatif dan Cara Menentukannya. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.

Moch Alfizar Muzaki. Pengaruh Endorser, Harga, dan Brand Equity terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Berenergi. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Volume 6. Nomor 6. Juni (2017) ISSN : 2461-0593.

Moh Nazir. 2011. Metode Penelitian. Etakan 6. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.

Moh Nazir. 2013. Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.

Mulyo Budi Setiawan dan Ukudi, 2007. Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Komitmen Terhadap Loyalitas nasabah (Studi pada PD. BPR Bank Pasar Kendal), Jurnal Bisnis dan Ekonomi. ISSN: 1412- 3126.

Nopiyanti, Dini Pratiwi, dan H. Zakaria Ismail. Analisis Pengaruh Kredibilitas, Daya Tarik, Dan Keahlian Celebrity Endorser Dalam Iklan Produk Kosmetik Wardah Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswi di Kota Pangkalpinang). Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis (JIPMB). Volume 5. Nomor 2. November 2015. ISSN : 2354-5682.

Ni Made Rahayu Wulandari dan I Ketut Nurcahya. Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoo Di Kota Denpasar. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 11, 2015 ISSN : 2302-8912.

Nur Amalina Fildzah dan Devilia Sari. Pengaruh *celebrity Endorser* dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Produk Sweater Online Shop Alco di Media Social Instagram. Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship Vol. 11, No. 2, 2017 ISSN : 2443-0633.

Nur Maya Sari Rahmadana, denga judul "Pengaruh Dispaly Produk dan Suasana Toko terhadap Pembelian Impulsif di Minimarket Eramart Cabang Lembuswana Samarinda", ejournal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 4 No. 3 tahun 2016, ISSN : 2355-5408, hal. 683-697.

Rangkuti Freddy. 2009. Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integreted Marketing Communication. Jakarta: Gramedia Pustaka.

Schiffman, L.G. and L.L. Kanuk 2010, "*Consumer Behavior*", 7th ed., New Jersey: Prentice Hall International, Inc.

Muly Kata Sebayang dan Simon Darman O. Siahaan. 2008. Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio pada Mio Automatic Club (MAC) Medan. Jurnal Manajemen Bisnis, Volume 1. Nomor 3. September ISSN : 1978-8339.

Shafira Anastania dan Augusty Tae Ferdinand. (2017). Analsis pengaruh celebrity endorser dan keinovatifan produk terhadap keputusan pembelian, serta citra merek dan nilai utilitarian sebagai variable intervening. Diponegoro Journal Of Management. Volume 6. Nomor 3. ISSN : 2337-3792.

Shimp, T.A. 2010, Advertising, promotion , & other aspects of Integrated Marketing Communication, 8th Edition, South-Western, Cengage Learning.

Siagian Sondang. 2007. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : PT. Bumi Aksara.

Singgih Santoso, 2002 Mengolah Data Statistik Secara Professional, Elex Media Komputindo, Jakarta.

Siswanto Sutojo, 2003, *Manajemen Penjualan Yang Efektif*, Cetakan Pertama, PT. Damar Mulia Pustaka, Jakarta.

Sugiyono. 2005. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2007. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2009. Memahami Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Afabeta

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Syahri Alhusin. 2003. Aplikasi Statistik Dengan SPSS.10 for Windows. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.

Trustorini Handayani dan Ansori. Pengaruh Celebrity Endorser The Changcuters terhadap Keputusan Pembelian Flexi pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen. Oktober 2009. Volume 1. No. 2. ISSN : 2086-0455.

Umi Narimawati. 2007. *Riset Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : Agung Media.*

Umi Narimawati. 2010. Penulisan Karya Ilmiah. Jakarta: Penerbit Genesis.

Victor Eko Prasetyo Lombo dan Maria V.J Tielung. The Impact of Celebrity Endorsement to Youth Consumer Purchase Decision on Adidas Apparel Product. Jurnal EMBA. Vol 2. No. 3. September 2014. ISSN : 2303-1174.

Yusuf Tanjung dan Taufik Nugraha Pengaruh Ekuitas Merek Cosmic terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Cosmic 21 Industries Bandung. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen. Oktober 2015. Volume 2. No. 2. ISSN : 2086-0455.

Zeithaml, Bitner, and Gremler. 2006. *Service Marketing*. Fourth Edition. Prentice Hall : Exclusive Righ by Mc Graw-Hill

Website :
https://ekonomi.kompas.com/read/2016/06/01/170428126/ekspor.kosmetika.indonesia.capai.rp.11.triliun)
http://www.nielsen.com/id/en.html
www.topbrand-award.com
https://bacaterus.com/tempat-facial-di-bandung